

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, H. 2005. *Analisa Investasi. Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Amirullah & Hardjanto, I. 2005. *Pengantar Bisnis Edisi Pertama*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Alimin, M. 2004. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta : BPFE
- Ardianto, E. d. 2009. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. hlm 151
- Emzir. 2011. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Hine, C. 2000, 2015. *Virtual Ethnography*. London: Sage Publication.
- Holmes, D. 2012. *Media, Teknologi dan Masyarakat*. Jakarta: Pustaka Belajar.
- Lincoln, D. d. 2009. *Handbook of qualitative research (terjemahan)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar. hlm 123
- Moleong. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. hlm 47
- _____. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. hlm 49
- _____. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Nasrullah, R. 2017. *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Noor, J. 2011. *Metodologi Penelitian*. Prenada Media Group. hlm 33

- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara
Yogyakarta. hlm 49
- _____. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara
Yogyakarta. hlm 83
- Severin, W. J. 2001. *Teori Komunikasi: sejarah, metode dan terapan di dalam media massa*. Jakarta: Kencana. hlm 447
- _____. 2001. *Teori komunikasi: sejarah, metode, dan terapan di dalam media massa*. Jakarta: Kencana. hlm 458
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. hlm 73
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
hlm 1
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
hlm 65
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
hlm 72
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
hlm 82
- Sutinah, S. &. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. hlm 166
- Taylor, B. d. 1975. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja. hlm 4
- _____. 1975. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja. hlm 79

Sumber Jurnal/Skripsi :

Cantoni, L, T. 2006. *Internet. Journal of Chemical Information and Modeling*. hlm 54-57

Crystal. 2004. *language and the internet*.

Gupta, P. 2012. *Do Your Social Media Lead You to make Social Deal Purchases? Consumer-generated Social Referrals for Sales via Social Commerce*.

Holmes, D. 2005. *Communication Theory Media, Technology, Society*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Ltd. hlm 3-6

Jansen, e. a. 2009. *Brand-related, Consumer to Consumer, Communication via Social Media*.

Jarvenpaa, a. e. 2000. *Investigating the Drivers for Social Commerce in Social Media Platforms: Importance of Trust, Social Support and the Platform Perceived Usage*.

Junaidi. 2006. *Komunikasi dan Budaya: Menuju MASYARAKAT Multikultural*. Vol. 3, Nomor 1 2006: 1-65

Liang, T. P. dan Turban, E. 2011. *'Introduction to the special issue social commerce: A research framework for social commerce'*. *International Journal of Electronic Commerce*.

Mason. 2013. *Do Your Social Media Lead You to make Social Deal Purchases? Consumer-generated Social Referrals for Sales via Social Commerce*.

Muller-Seitz, K. d. (2008). *Investigating the Drivers for Social Commerce in Social Media Platforms: Importance of Trust, Social Support and the Platform Perceived Usage*. Vol. 41, 2018:11-19

Nasrullah, Rulli. 2018. *Aplifikasi Islam Dalam Meme "Mengajak Nikah ke KUA"*. Vol. 18, Nomor 2 2016

Nasrullah, Rulli. 2016. *Riset Khalayak Digital: Perpektif Khalayak Media dan Realitas Virtual di Media Sosial*. Vol. 17, Nomor 2 2018

Park, K. a. 2013. *Investigating the Drivers for Social Commerce in Social Media Platforms: Importance of Trust, Social Support and the Platform Perceived Usage.*

Prajarto, Nunung. 2018. *Netizen dan Infotainment: Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @lambe_turah.* Vol. 15, Nomor 1 2018: 33-46

Rheingold, H. 1993. *The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier.*

Seitz, K. d. (2013). *Do Your Social Media Lead You to make Social Deal Purchases? Consumer-generated Social Referrals for Sales via Social Commerce.* Vol. 39, 2018: 38-48

Turban, L. d. 2011. *Investigating the Drivers for Social Commerce in Social Media Platforms: Importance of Trust, Social Support and the Platform Perceived Usage.*

Zaphiris, A. 2009. *Social Computing and Virtual Communities.*

Sumber Lain :

<https://bisnis.tempo.co/read/894605/45-juta-pengguna-instagram-indonesia-pasar-terbesar-di-asia> (diakses pada 20 Februari 2019)

<http://www.digination.id/read/01943/belanja-online-pilih-media-sosial-atau-marketplace> (diakses pada 20 Februari 2019)

<https://m.detik.com/inet/business/d-3485125/tiap-hari-ada-27-juta-transaksi-jual-beli-lewat-medsos>